



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS*
DALAM *MARKETING EXECUTIVE DEPARTMENT*
PT CAR SOME INDONESIA



Nama : Natalia Maria Josephine
NIM : 00000014062
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Strategic Communication*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2019

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS*
DALAM *MARKETING EXECUTIVE DEPARTMENT*
PT CAR SOME INDONESIA

Oleh

NAMA : Natalia Maria Josephine
NIM : 00000014062
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi
PROGRAM STUDI : *Strategic Communication*

Tangerang, 2019

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

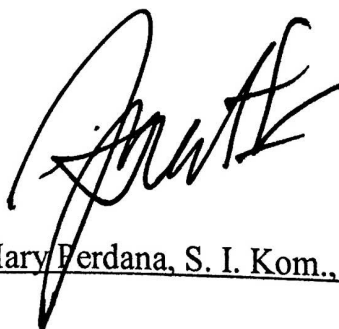
Penguji



Dr. Endah Murwani, M. Si.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S. I. Kom., M.Si.

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM
PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya:

Nama : Natalia Maria Josephine
NIM : 00000014062
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT Car Some Indonesia
Divisi : *Marketing Executive Department*
Alamat : Rukan Puri Mansion Blok A Nomor 38
Periode Magang : 1 Agustus 2019 – 29 November 2019
Pembimbing Lapangan : Karen Natalia

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia melakukan konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, Desember 2019



Natalia Maria Josephine

ABSTRAK

Praktik kerja magang dilakukan di divisi *Marketing Executive Department* PT Car Some Indonesia yang merupakan perusahaan *start up* yang bergerak di bidang penjualan mobil bekas ingin menjadi pelopor utama bagi masyarakat yang ingin menjual mobilnya. *Unique Selling Point* dari perusahaan ini adalah penawaran yang transparan, harga terbaik, dan juga ribuan *dealer* terverifikasi yang akan memperebutkan mobil lama *customer*. Salah satu divisi yang sangat penting dalam perkembangan PT Car Some Indonesia selama tiga tahun ini adalah *Marketing Executive*. Dalam praktik kerja magang di PT Car Some Indonesia, peserta magang ditempatkan pada *Marketing Executive Department* yang bertugas untuk menjalankan aktivitas *public relations*. Pembimbing lapangan peserta magang adalah Karen Natalia selaku Senior *Marketing Executive* PT Car Some Indonesia. *Job descriptions* yang dilakukan selama praktik magang merupakan lingkup *public relations*. Selama 60 hari periode magang, pelajaran yang didapatkan pada kegiatan *public relations* PT Car Some Indonesia yang terdiri dari *Public Relations writing, competitor analyzing, media relations, partnership*, dan *digital marketing*. Saran untuk PT Car Some Indonesia antara lain memperbaiki jalur koordinasi dan saran untuk UMN adalah lebih banyak memberikan studi kasus pada saat pembelajaran di kampus agar sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Marketing Executive, Public Relations*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya praktik kerja magang yang penulis laksanakan selama 60 hari dapat selesai dengan lancar. Laporan magang yang berjudul “Aktivitas *Public Relations* dalam *Marketing Executive Department* PT Car Some Indonesia” juga dapat penulis kerjakan dengan baik.

Penulis laporan kerja magang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman penulis selama magang dalam kurun waktu 60 hari kerja. Praktik kerja magang yang telah dijalani memberikan pengetahuan baru terkait *Public Relations* dalam sebuah perusahaan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses pelaksanaan kerja magang dan penulisan laporannya. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis untuk menyelesaikan laporan magang ini,
2. Inco Hary Perdana, S. I. Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara,
3. Ibu Karen Natalia, Ibu Inriana Simangunsong, Ibu Cinthia, Ibu Nur Maulidina selaku anggota dari *Marketing Executive Department* PT Car Some Inodnesia yang telah memberikan pengetahuan, dukungan, dan inspirasi kepada penulis selama bekerja magang,
4. Rekan peserta magang, Jessica Djingga dan Edward Bastian yang selalu mendukung penulis selama kerja magang,
5. Seluruh rekan PT Car Some Indonesia yang telah menyambut baik penulis dan memberikan dukungan penuh selama penulis kerja magang,

6. Janti Taslim dan Thomas Lim selaku orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk putrinya,

7. Roy Andika, Steffie Lienanta, Julianti Criscayanti, Adnes Ayu, Marcellino Aditya, dan Kevin Luignatius yang selama ini saling menyemangati dalam menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi UMN, dan bersama-sama sampai periode magang berakhir,

8. Sahabat dan rekan-rekan penulis lainnya yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan doa bagi penulis untuk segera menuntaskan kerja magang beserta dengan laporannya.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan kerja magang ini masih terdapat banyak ruang perbaikan baik dari sisi teknis penulisan maupun materinya. Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk setiap kritik dan saran positif guna meningkatkan kualitas dari laporan kerja magang ini.

Tangerang, 17 Desember 2019



Natalia Maria Josephine

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kerja Magang.....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	5
1.3.2.3 Tahap Akhir.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	6
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.2.1 Visi Perusahaan.....	7
2.2.2 Misi Perusahaan.....	7
2.3 Logo Perusahaan.....	8
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	12
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	12
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	15
3.3.1 <i>Public Relations Writing</i>	15
3.3.1.1 Proses Pembuatan Artikel.....	15

3.3.1.2 Proses Pembuatan Konten Media Sosial.....	20
3.3.2 <i>Media Monitoring</i>	24
3.3.3 <i>Media Relations</i>	25
3.4 Kendala dalam Praktek Kerja Magang.....	27
3.5 Solusi atas Kendala.....	28
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Simpulan.....	29
4.2 Saran.....	30
4.2.1 Saran untuk PT Carsome Indonesia.....	30
4.2.2 Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....	32
LAMPIRAN A.....	
LAMPIRAN B.....	
RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 Misi PT Car Some Indonesia Melalui <i>Customers</i> dan <i>Dealers</i>	7
Gambar 2.2 Logo PT Car Some Indonesia.....	8
Gambar 3.1 Contoh Artikel yang Telah Dipublikasi.....	16
Gambar 3.2 Tampilan saat <i>Upload</i> Artikel ke <i>Content Management System</i>	19
Gambar 3.3 Konten Media Sosial @carsomeindonesia.....	22

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jam Praktik Kerja Magang.....	3
Tabel 1.2 Alur Pengajuan Kerja Magang.....	4
Tabel 2.1 Struktur Organisasi PT Car Some Indonesia.....	9
Tabel 2.2 Jalur Koordinasi dalam <i>Marketing Executive Department</i>	10
Tabel 3.1 Pekerjaan Magang Perminggu.....	13
Tabel 3.2 Alur Proses Pembuatan Artikel Otomotif.....	17
Tabel 3.3 Alur Proses Pembuatan Konten Media Sosial.....	21
Tabel 3.3 Daftar Media yang Hadir dalam Kegiatan <i>Media Relations</i>	26